

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПУТИ К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ

А.В. Бобрик¹, А.Н. Новикова²

¹Гомельский инженерный институт, albobrik@tut.by

²Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, alliska@tut.by

В соответствии с национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. национальный императив устойчивого развития, или обязательное требование к стране, нации в целом, состоит в том, чтобы, активно и конструктивно участвуя в мировом процессе перехода к устойчивому развитию, определить цели и механизмы развития страны посредством выработки стратегии устойчивого развития, объединяющей в одно целое социальную, экономическую и экологическую политику, интегрирующей усилия нации на достижение экономической эффективности, социальной справедливости и экологической безопасности [1, с.11].

Одним из направлений реализации стратегии устойчивого развития в Республике Беларусь может стать использование принципов корпоративной социальной ответственности хозяйствующими субъектами. В мировой практике конкурентоспособность национальной экономики определяется наличием и эффективностью функционирования корпоративного капитала, а корпоративный сектор составляет основу экономики. В этой связи акционирование занимает важное место в создании условий для развития предприятий.

Политика корпоративной социальной ответственности (КСО) согласно Business for Social Responsibility (бизнес за социальную ответственность) – это взаимосвязанный набор политик, практики и программ, которые интегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду [2, с.9]. «Европейская» трактовка КСО – необходимость равного отношения ко всем заинтересованным сторонам, причем особое внимание уделяется социальным и экологическим программам. Существует и синтетическая трактовка, основанная на идее «корпоративной совести», трактующей корпорацию как субъект морали и подразумевающей наличие у менеджеров равных этических обязательств по отношению ко всем заинтересованным сторонам.

Концепция КСО в компаниях разного уровня, различных сфер бизнеса, включает разные компоненты, но самая широкая трактовка включает:

- корпоративную этику;
- корпоративную социальную политику в отношении общества;
- политику в сфере охраны окружающей среды;
- принципы и подходы к корпоративному управлению;
- вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом;
- политику в отношении персонала.

Среди основных преимуществ корпоративной социальной ответственности для развития бизнеса можно выделить:

- предприятия получают доступ к социально-ответственным инвестициям;
- повышаются производительность и качество продукта (услуги);
- улучшаются брэнд и репутация, что помогает развивать и открывать новые рынки и направления деятельности;
- возрастает конкурентоспособность.

Многообразие как взаимодополняющих, так и альтернативных концепций социальной ответственности

корпоративного сектора предполагает становление единой теории КСО, подчиненной диалектике нормативного и инструментальных подходов. Нормативный подход рассматривает КСО с позиции долженствования и направленный на моральное обоснование поведения корпораций и отдельных менеджеров. Инструментальный подход увязывает социальную ответственность и финансовую эффективность [3, с.42].

Существует четкая параллель между КСО и конкуренцией на региональном уровне. Участие в корпоративной социальной ответственности выгодно для формирования благоприятного отношения, как к самому предприятию, так и к его фирменному знаку – брэнд. Если зарубежная компания – потенциальный партнер белорусского предприятия – объявила о своей корпоративной социальной ответственности, то она ожидает того же и от своих партнеров и поставщиков, так как формально не имеет права взаимодействовать с фирмами, нарушающими этические стандарты ведения бизнеса. Для стран, вступающих в Евросоюз, участие в движении социальной ответственности бизнеса является обязательным.

Реализация социальной ответственной политики предприятиями активно влияла бы на повышение уровня и качества жизни населения, изменение отношения потребителя к социально ответственным субъектам хозяйствования, а также повышение конкурентоспособности белорусских предприятий на мировых рынках.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого развития социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Л.М. Александрович [и др.] – Минск: Юнипак, 2004. – 200 с.
2. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 г. / С.Е. Литовченко [и др.]; под общ. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 249 с.
3. Благов, Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.Е. Благов // Вестник С. Петербургского ун-та. Сер. менеджмент. – 2006. – №2. – С. 3-24.